

<<丰田销售方式>>

图书基本信息

书名：<<丰田销售方式>>

13位ISBN编号：9787111270508

10位ISBN编号：7111270509

出版时间：2009-5

出版时间：机械工业出版社

作者：石坂芳男

页数：126

译者：崔柳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;丰田销售方式&gt;&gt;

## 前言

2007年,丰田公司迎来了自己的创业70周年庆典,同时也以950万台的年产量首次超越通用汽车,荣登汽车制造业“世界第一”的宝座,最近十年间,丰田汽车一直保持着每年倍增的生产速度,在我写这篇前言的时间里,全球27个国家的53家工厂正在以每3秒钟下线1台汽车的速度生产着,而且,这些汽车中的72%以上都销往了包括美国在内的170多个国家和地区,无论是在发达国家还是在发展中国家,都可以看见丰田汽车的靓丽身影,因此,从市场营销的角度来说,源自于日本的丰田公司早就实现了“地域性”的突破,如今的丰田汽车已经迈出日本,走向全球,这个过程对于在丰田工作了40多年的我来说,真的是既感到骄傲又有些难以置信,这些成绩凝结了多少辛勤的汗水啊!始终如一地扎根生产现场,关注客户感受,重视产品质量,这才让我们稳步走到了今天,总是有人问我“丰田为什么能够成为世界第一”,其实,并没有什么特别的答案,我们只是在每天的工作中一点一滴地积累,坚持现实现场,客户至上的原则,尽最大努力为客户提供优质的产品,结果就很自然地发展到了现在,所以,对于本来就不擅长写作的我来说,接到创作本书的邀请,真的很担心辜负重托,不过,我会尽最大努力将自己的亲身经历及所见所闻真实地呈现给大家,一提到丰田,许多人首先想到的都是精益生产,确实,由大野耐一先生提出的这套科学的生产管理方法,就连身为外行的我看来都是非常伟大的创举。

可是话说回来,生产与销售毕竟是一对密不可分的兄弟。

丰田能够成长为世界第一的汽车厂商,也是因为生产与销售的珠联璧合。

丰田能够在世界范围内获得成功,它的销售方式当然功不可没,在2002年的时候,我曾经整理过一些资料,叫做“丰田的销售推广方法及市场运作模式”(The TOYOTA Way in Sales and Marketing, TWSM),非常荣幸,这本小册子帮助推进了丰田的国际化进程,也进一步强化了“大丰田”的概念。

从我加入丰田以来,就一直在围绕着销售组织工作,先是被派遣到澳大利亚学习基本的销售知识,后来到美国的“雷克萨斯”高档汽车工厂进修,再后来就全面负责美国的丰田工厂,最近,又万分荣幸地担任了丰田汽车株式会社的副社长,对想要在残酷的竞争中获取一席之地的商务人士们有所帮助。

## <<丰田销售方式>>

### 内容概要

精益生产绝不是丰田的全部，生产与销售毕竟是一对密不可分的兄弟。  
丰田能够成长为世界第一的汽车厂商，也是因为生产与销售的珠联璧合。  
丰田能够在世界范围内获得成功，它的销售方式自然功不可没。  
在销售方面，丰田公司积累了一整套独特的经营模式及运作方法，本收将会对其进行非常详尽的介绍。

## <<丰田销售方式>>

### 作者简介

石坂芳，男，1964年加入丰田汽车销售公司，曾先后负责东南亚、澳大利亚、欧洲、美国等国家和地区的销售及市场工作，有多年的海外任职经验。

1996年起开始担任丰田汽车美国分社社长。

任职期间帮助公司走出了经营困境，重新步入快速发展的轨道。

2001年担任丰田汽车公司副社长（

## &lt;&lt;丰田销售方式&gt;&gt;

## 书籍目录

译者序前言序言 汲取全世界优秀经验丰田销售方式第1章 银色宝典销售方式的5P努力成为最成功最受尊敬的汽车公司 丰田：过程导向的公司 销售的5个重要步骤 不要让目标沦为空空的口号 如何实现最佳的改善效果 销售的PDCA循环 真正的丰田方式第2章 通过组织构建 强化销售销售方式的模式化 借助销售代表的力量 利用多种媒介渠道 “全球本土化”让员工积极前往现场 效果显著的“代理商大会” 重视沟通的场合提高团队意识的意外收获 花费精力让沟通更好地进行简洁平实的表达方式在平等的前提下坦诚沟通 “七面临敌”也可以广交朋友不合理的要求也要耐心地听完第3章 雷克萨斯的成功坚持丰田方式的硕果 连续中的不连续 丰田英二会长的英明决策 以比尔·盖茨为目标客户五年收回初期投资的奇迹 雷克萨斯的销售网络通过供应链管理实现目标的整齐划一 由工厂控制库存管理系统 雷克萨斯的售后服务体系为了赢得最高的客户满意度 “从未见过这样高效的行动” 销售不用循规蹈矩 不被流行左右的高级质感第4章 销售最重要的是“用心” 我的丰田方式工作并不是人生的全部 轻松度过周末的好方法 身心健康是优秀商务人士的最基本条件 敞开心扉踏上未知的旅途没头绪的工作 可能收获更多融合式管理的时代 倾听市场的声音不能像复制生产那样 推广销售日本美国欧洲的汽车文化差异 设计的地域性和时代性 “尊重”是人际关系的基础 改革过程中必须关注的方面 “大企业病”组织的凝聚力 “品类杀手”的威胁 积极的思维方式 努力成为收集外部信息的天线第5章 丰田方式的过去与未来 丰田章一郎先生留给我的作业 遇到紧急情况请直接向我汇报 擅长随机应变的加藤诚之先生海外工作人员的心情 坚持真理的奥田硕先生管理学家野中郁次郎 最让我担心的“大企业病” 新一代混合动力车的卓越性能 远离汽车的年轻一族经济型车 市场的激烈竞争 “彻底维修”与“事前控制”提高金融服务的职能后记

## <<丰田销售方式>>

### 章节摘录

第1章 银金宝典 销售方式的5P 在本章中，我将围绕着序言里提到的“银色宝典”进行详细的解释与说明。

这本“银色宝典”集中地体现了丰田销售方式的核心内容，它主要由5P构成，那就是：目的（Purpose）、人（People）、原则（Principles）、过程（Process）、实践（Practices） 在有关“目的”的章节中，我们首先就会讲到凝结了前辈们心血与智慧的丰田销售方式的基础，并把它明确定义为“将代理店、加盟店及丰田公司组成三位一体的丰田销售团队，共同去实现改进与完善”。

处于销售及市场最前线的，无疑是各个国家的代理店以及它们发展起来的加盟店。长期与它们保持紧密的信任合作关系，就是丰田海外销售成功的秘诀。

大家在相互信任、相互尊重的同时，作为对等的合作伙伴共同去成长，这就是我们所强调的“目的”。

接下来，在关于“人”的章节中，我们会介绍到包括丰田喜一郎、丰田英二、丰田章一郎、神谷正太郎、加藤城之、大野耐一在内的构筑了丰田核心文化的前辈们的语录，并且会涉及到“信用的3c”、“创新的3C”、“准时制生产”（Just in time）等丰田独有的“为人之本”的思想。

<<丰田销售方式>>

编辑推荐

解构丰田强大销售团队的先进管理哲学和优秀工作方法，丰田汽车株式会社社长张富田士夫强力推荐

<<丰田销售方式>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>